

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТУ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ІНСТИТУТ КОМП'ЮТЕРНИХ СИСТЕМ

МАТЕРІАЛИ ДЕВ'ЯТОЇ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
СТУДЕНТІВ ТА МОЛОДИХ ВЧЕНІХ



ПРИСВЯЧЕНА 55-РІЧЧЮ
ІНСТИТУТУ КОМП'ЮТЕРНИХ СИСТЕМ

“Сучасні інформаційні технології 2019”

“Modern Information Technology 2019”



NetCracker®



23-24 травня

Одеса
«Екологія»
2019

УДК 004.4

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИНСТРУМЕНТОВ WEB-АНАЛИТИКИ

Лозинский В. О., Тищенко А. И.

ст. преп. каф. СПО Онищенко Т.В., ст. преп. каф. СПО Городничая Е.А.

Одесский Национальный Политехнический Университет, УКРАИНА

АННОТАЦИЯ. В данной работе рассматривается понятие web-аналитики и проводится анализ наиболее популярных инструментов, которые позволяют выполнять анализ web-сайта. Отдельно предоставлен обзор каждого из инструментов, а затем выполнена сравнительная характеристика всех перечисленных инструментов автоматизированного выполнения web-аналитики

Введение. Web-аналитика - это процесс анализа поведения посетителей web-сайта [0]. Использование web-аналитики позволяет представителям бизнеса, которые предусматривают выполнение определенной коммерческой деятельности с помощью web-сайта, привлечь новых посетителей, обеспечивать подбор товаров или услуг для существующих клиентов, а также увеличивать объем денежной массы, который поступает от клиентов.

Цель работы. Цель данной работы состоит в том, чтобы выполнить сравнительную характеристику наиболее популярных инструментов web-аналитики.

Основная часть работы. Web-аналитика являет собой функциональный раздел аналитики взаимоотношений бизнеса с клиентами. Процесс анализа включает в себя вычисление вероятности события, при котором клиент совершит повторную покупку определенного продукта, персонализацию сайта, применительно к клиентам, которые посещают данный web-сайт повторно, мониторинг объема покупок, совершенных отдельными клиентами или определенными группами клиентов, наблюдение за географическими регионами, из которых количество клиентов, посещающих сайт и приобретающих определенные продукты, наибольшее или наименьшее, и прогнозирование того, какие продукты будут приобретаться клиентами с наибольшей и наименьшей вероятностью [0]. Цель проведения анализа заключается в формировании предложения покупателям, с учетом их предпочтений.

Существуют автоматизированные инструменты для проведения анализа web-сайтов. Приведем краткое описание наиболее популярных инструментов.

8. Mouseflow

Этот инструмент имеет функции записи сессий и схем зон активностей. Данный функционал позволяет наблюдать за поведением посетителей web-сайта, анализировать проблемы, с которыми сталкиваются посетители и устранять причины проблем. Аналитик, также, имеет возможность просмотреть следующие детали: как пользователи взаимодействуют с формами web-сайта, какие поля являются причиной того, что пользователь не смог заполнить форму и покинул web-страницу [0]. Вся вышеперечисленная информация помогает оптимизировать web-интерфейс сайта для обеспечения быстрой и качественной конверсии.

9. Crazy Egg

Crazy Egg демонстрирует, каким образом посетители взаимодействуют с web-сайтом, какие пути переходов по web-страницам, на каких web-страницах они провели наибольшее количество времени и какие поисковые запросы формулировали [0]. С помощью визуальных схем зон активностей и наложений можно отследить всю деятельность посетителя. Данная деятельность включает перемещение курсора по экрану, именование областей экрана, с которыми чаще всего происходит взаимодействие.

10. Clicky

Clicky предоставляет подробную информацию о деятельности каждого посетителя на web-сайтах, а также позволяет отслеживать трафик. Данный инструмент позволяет разделить посетителей на сегменты для упрощения взаимодействия с определенной группой пользователей [0]. Помимо описанных функций, доступны также фильтрация и сортировка

посетителей в зависимости от потребностей бизнеса. Инструмент предоставляет поминутные отчеты об активности посетителей с помощью схем зон активности. Схемы зон активности можно просматривать по пользователям, страницам или сегментам.

11. Woopra

Woopra является инструментом web-аналитики который позволяет получить информацию, связанную с покупками посетителей web-сайтов. Woopra предоставляет подробную информацию о том, что покупают пользователи, как производятся платежи, кто является адресатом электронных писем. Представленный инструмент позволяет, также, использовать встроенную автоматизацию для моделирования действий пользователя [0].

12. Google Analytics

Google Analytics является одним из наиболее используемых инструментов web-аналитики. Этот многофункциональный инструмент оказывает помощь бизнес-компаниям при продвижении маркетинга. Google Analytics позволяет определять причину посещений пользователями web-сайтов, отследить просмотренные посетителями web-страницы, узнать количество времени, проведенного пользователями на web-сайтах [0]. Также, Google Analytics позволяет наблюдать за всеми этапами выполнения конверсии.

13. Adobe Analytics

Adobe Analytics позволяет выполнять анализ в режиме реального времени [0]. Данное преимущество используется в том случае, если возникает необходимость предоставить информацию потенциальным инвесторам и рекламодателям. Также инструмент позволяет отслеживать активность пользователей в социальных сетях.

Для выполнения сравнительной характеристики описанных инструментов, воспользуемся предоставленной ниже таблицей:

Таблица 1 – Сравнительная таблица инструментов web-аналитики

Название параметра	Название инструмента					
	Mouseflow	Crazy Egg	Clicky	Woopra	Google Analytics	Adobe Analytics
Схемы зон активности	+	+	+			
Запись сессии	+	+	+	+		+
Построение маршрутов	+		+	+	+	
Отслеживание работы с формами	+					
Обратная связь	+					+
Интеграция с CMS	+	+	+	+	+	
А/В-тестирование		+				
Мониторинг работоспособности			+		+	
Блокировка ботов и спама			+			
Онлайн-аналитика			+			+
Бесплатная версия					+	

Выводы. В данной работе был проведен анализ и сравнение наиболее популярных методов web-аналитики. Исходя из приведенной выше сравнительной таблицы, инструментами с наибольшим количеством функциональных возможностей являются Clicky и Mouseflow. Clicky выполняет покрытие данной таблицы на 64% (реализовано 7 из 11 параметров), а Mouseflow – на 55% (реализовано 6 из 11 параметров).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Владимир Гусев. Аналитика веб-сайтов. Использование аналитических инструментов для продвижения в Интернет. Издатель: Издательство «Вильямс», 2008. – 328 с.
2. Mouseflow [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mouseflow.com/>. – Назва з екрана.
3. Crazy Egg [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.crazyegg.com>. – Назва з екрана.
4. Clicky [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clicky.com>. – Назва з екрана.
5. Woopra [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.woopra.com/>. – Назва з екрана.
6. Google Analytics [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://analytics.google.com>. – Назва з екрана.
7. Adobe Analytics [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.adobe.com/ru/analytics/>. – Назва з екрана.